

Utfordringer med delingsøkonomien

Andreas Jordet og Trygve Lehne MSc i økonomi og administrasjon ved NHH 2016

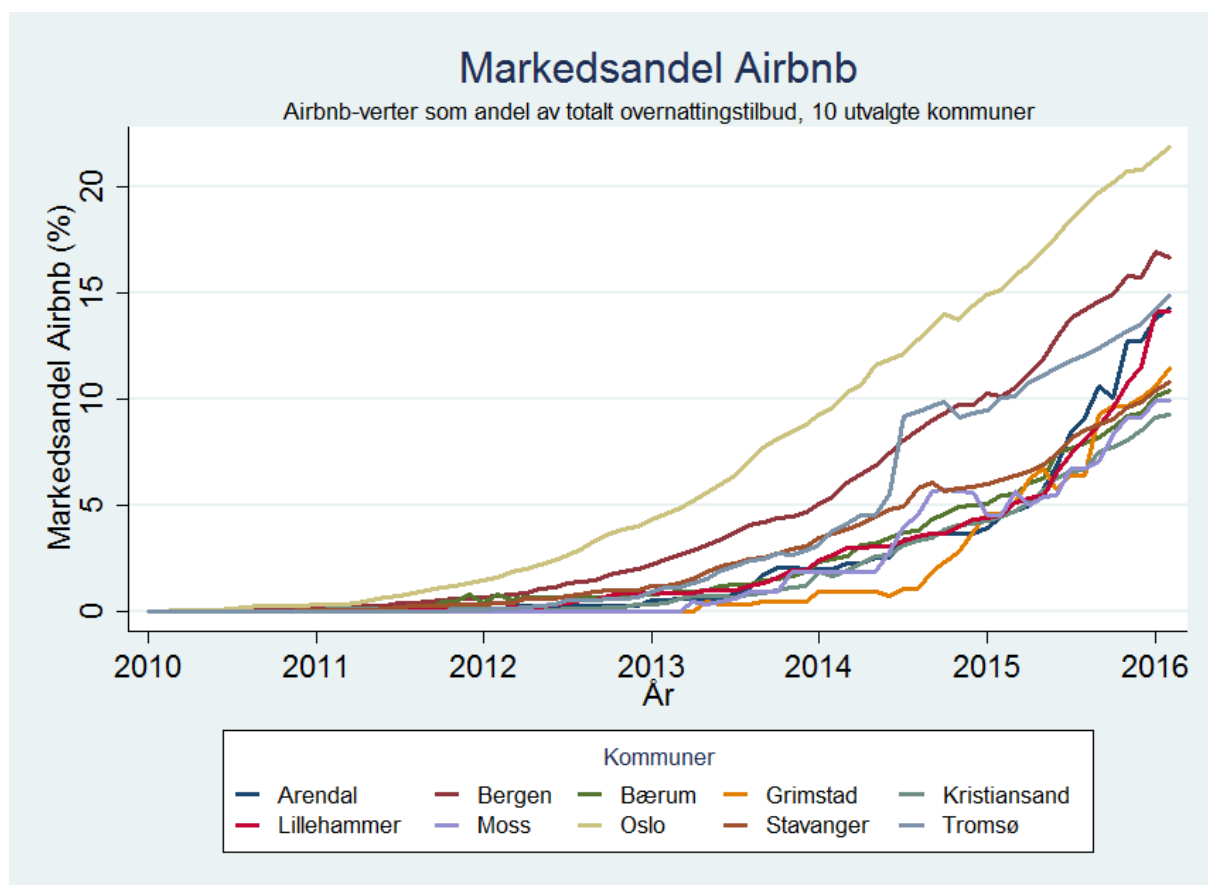
De siste årene har det pågått en diskusjon rundt regulering av delingsøkonomien i Norge. Mangel på kvantitativ forskning har gjort det vanskelig å konkludere med hensyn til hvor stort behovet for reguleringer faktisk er. Påstander om at delingsplattformene lager helt nye markeder som ikke påvirker etablerte industrier har hverken kunne bli påvist eller tilbakevist. Vi har gjort empiriske analyser som viser at delingsøkonomien er et ikke-perfekt substitutt til tradisjonelle aktører. En vekst i tilbudet av Airbnb på 10 % i en kommune vil etter våre beregninger føre til en 0,4 % reduksjon i månedlig hotellomsetning. Dette kan redusere hotellomsetningen med flere hundre millioner kroner på landsbasis per år. Vi argumenterer for at tiltak fra myndighetenes side er nødvendig for å skape en rettferdig konkurranse i markedet.

De nye forretningsmodellene som oppstår som følge av delingsøkonomien bidrar til å redusere verdikjeden og gjør at konsumenten kommer nærmere produsenten. Dette gir klare positive ringvirkninger for samfunnet blant annet gjennom en mer effektiv utnyttelse av kapitalen og et mer miljøvennlig forbruksmønster. For forbrukere kan delingsplattformer og økt konkurranse føre til lavere priser, mindre asymmetrisk informasjon og tilgang til varer og tjenester som tidligere ikke var tilgjengelig.

Det er imidlertid også utfordringer. Gjeldende skattesystemer er ikke nødvendigvis tilpasset denne type virksomhet. Det kan føre til tap av skatteinntekter og konkurranse på ulike vilkår. Et regelverk som er lite tilpasset delingsplattformenes posisjon fører også til at det oppstår andre problemer. Ved å fjerne tredjepartens rolle i transaksjonen blir risikoen liggende hos konsument eller tilbyder. Dette kan redusere konsumentbeskyttelsen og føre til konsekvenser for arbeidslivet.

For å analysere delingsøkonomiens påvirkning på den etablerte økonomien har vi sett på om Airbnb og hoteller opererer i samme marked. For å gjennomføre analysen har vi vært avhengig av et datasett som gjenspeiler Airbnbs tilbud. Airbnb er imidlertid motvillig til å utlevere informasjon om sin drift og brukere. Vi har derfor hentet ut vårt datasett gjennom nettskrapping av deres nettside. Vi har valgt å analysere kommuner som er på listen over de 30 største

byområdene i Norge. Det resulterende datasettet er koblet med hotelldata på kommunenivå fra SSB.



Figuren bygger på data hentet ut ved nettskrapping av Airbnb sine nettsider 11.april 2016. Vi fikk hentet ut 10 154 unike Airbnb-enheter. Airbnb har offentliggjort at de hadde 7 900 unike verter i Norge ved inngangen til 2016. Våre tall viser 7 284 unike verter ved samme tidspunkt. De 616 vertene som er ekskludert er trolig i geografiske områder som ligger utenfor vårt utvalg på 28 store bykommuner. Perioder med kraftig vekst i enkeltkommuner kan spores tilbake til arrangementer som Arendalsuka, Sjakk-OL (Tromsø) og Ungdoms-OL (Lillehammer). Store arrangementer kan på den måten gi en negativ langsiktig innvirkning på hotellnæringen i arrangørkommunen.

Airbnb har vokst kraftig i det norske markedet i de siste fem årene, og dette kommer godt fram i dataene. Til tross for at flere i hotellnæringen har kommentert at Airbnb ikke er en reell konkurrent viser våre resultater noe annet. En vekst i tilbudet av Airbnb på 10 % i en kommune vil ifølge våre beregninger føre til en 0,4 % reduksjon i månedlig hotellomsetning. Dette estimatet harmonerer godt med funn fra en tilsvarende studie på amerikanske data. Med bakgrunn i estimatet gjør vi et enkelt overslag som viser at Airbnb kan redusere hotellomsetningen i Norge med flere hundre millioner kroner årlig. Et annet viktig funn er at Airbnbs påvirkning på hotellbransjen avhenger av hvor stor markedsinntekt Airbnb har. Hotellnæringen vil først merke konkurransen når Airbnb har en markedsandel på 5-10 % av

overnattingsmarkedet i kommunen. Vi kan konkludere med at påvirkningen skjer både i form av redusert hotellbelegg og lavere priser i markedet. Selv om hotellomsetningen har økt i den perioden vi analyserer, har Airbnbs inntreden i Norge gjort at omsetningsveksten har vært lavere enn den ville ha vært uten Airbnb.

At nye aktører utkonkurrerer gamle aktører er i seg selv ikke et problem, og Norge bør omfavne innovasjon og ny teknologi. utfordringen er at Norge i dette tilfellet ikke har vært forberedt nok på å ta imot den nye teknologien slik at aktørene kan konkurrere like vilkår. I tillegg til mulig skattetap kan det medføre en uønsket konkurransevridning.

Skattesystemet og reguleringer av markedene må tilpasses en fremtid hvor delingsplattformer spiller en større rolle. Hvis en aktør i et marked ikke betaler skatter og avgifter har denne aktøren et klart konkurransefortrinn. Mangel på tiltak fra myndighetenes side vil få konsekvenser for etablerte aktører og vil ha ringvirkninger både på skatteinntekter og arbeidslivet.

En utfordring for konkurransemyndighetene vil være hvordan man skal behandle Airbnb. I februar 2016 var det i Oslo 3 543 aktive verter på Airbnb. Skal de behandles som en felles aktør med 21,6 % markedsandel eller 3 543 uavhengig aktører som hver har en markedsandel på 0,006 %? Airbnbs tilbud består ikke bare av uavhengige brukere, men av brukere som er avhengig av hverandre. Slike synergier gjør det naturlig å snakke om økt markedsrett, ikke bare økt markedsandel.